

Conozca la estrategia de la cadena de tiendas Circle K para ganarle a la mexicana Oxxo



La oportunidad de crecer a través de gasolineras, se basa en que 70% de la gasolina que se vende en Estados Unidos es a través de una tienda de conveniencia, mientras en México el 47% de las estaciones de servicio no cuenta con un establecimiento de este tipo.

La cadena de tiendas de conveniencia norteamericana prevé transformar su negocio para ganar presencia en México, enfocados en la tendencia del binomio gasolinería-tienda. Proyectan abrir 100 unidades al año.

12 de Febrero de 2018, 16:24

Ciudad de México. La cadena de tiendas de conveniencia Circle K transformará su negocio, estrategia que implicará abrir 100 unidades al año y trabajar en tres acuerdos para ampliar su presencia en gasolineras.

"La nueva estrategia se enfoca en la tendencia al binomio gasolinería-tienda de conveniencia, como parte de las oportunidades que brinda la Reforma Energética. Como uno de los primeros pasos de esta iniciativa, en 2017 se cerró el primer acuerdo con un grupo gasolinero ubicado en San Luis Potosí, a través de un Joint Venture con filial del Emisor, Convegas de San Luis Potosí S.A de C.V.; asimismo se encuentran en proceso tres acuerdos más con grupos gasolineros: uno ubicado en la zona metropolitana, uno en Sinaloa, y otro en Zacatecas", expuso la empresa.

La oportunidad de crecer a través de gasolinerías, se basa en que 70% de la gasolina que se vende en Estados Unidos es a través de una tienda de conveniencia, mientras en México el 47% de las estaciones de servicio no cuenta con un establecimiento de este tipo.

"Este nuevo modelo de negocio busca satisfacer sus necesidades de alimento y combustible en un mismo punto", señaló.

Los ejecutivos de Circle K consideran que el mercado de tiendas de conveniencia todavía es amplio, pues son el segundo canal de distribución preferido por los consumidores en México.

En información disponible sobre la compañía a través de la Bolsa Mexicana de Valores, a propósito de una colocación de deuda que realizaría en marzo próximo, la cadena señaló que "dentro de sus planes de expansión se pretende abrir 100 tiendas por año".

La transformación. Los ejecutivos de Circle K consideran que el mercado de tiendas de conveniencia todavía es amplio, pues son el segundo canal de distribución preferido por los consumidores en México. Estos formatos son visitados con mayor frecuencia y representan el segundo lugar en importancia en el presupuesto familiar.

Al ser tiendas enfocadas en satisfacer necesidades inmediatas, los consumidores en promedio gastan 35 pesos (US\$1,86) cada cinco minutos. De acuerdo con la experiencia de la empresa, el ticket promedio convierte en defensivo a este segmento, dado que en situaciones de restricción presupuestal el consumidor favorece compras de menor escala, aunque el precio sea más alto, satisfaciendo necesidades inmediatas", apuntó.

Es importante recordar que en julio de 2014, Circle K celebró un contrato de adquisición de acciones con Anheuser Busch México Holding, para la compra de Comercio y Distribución Modelo, dedicada a la operación de tiendas de conveniencia bajo la marca comercial “Tiendas Extra”.

En total, Circle K adquirió 872 sucursales, con ello alcanzó mil 96 ubicaciones a escala nacional y suscribió un acuerdo de distribución con Cervecería Modelo. Ahora, la compañía trabaja en convertir tiendas Extra en K.

Tras la compra se llevó a cabo un plan de integración de las empresas; se formó un nuevo equipo directivo, se alineó la estrategia para brindar un mejor servicio y se estandarizaron procesos.